

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik simpulan:

1. Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.
2. Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi variabel persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.
3. berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.
4. Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi variabel persepsi kenyamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem internet banking
5. Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi variabel persepsi resiko memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.

B. Implikasi

1. Implikasi teoritis

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah mempunyai pengaruh dominan terhadap minat penggunaan internet banking oleh

karena itu bank harus menjaga dengan baik sistem internet banking dari segala kemungkinan gangguan yang bisa terjadi, agar menambah minat nasabah dalam menggunakan internet banking. Selain itu untuk meningkatkan nasabah dalam menggunakan internet banking pihak bank seharusnya berusaha memberikan kesadaran kepada pihak nasabah tentang kepercayaan, kebermanfaatan, kemudahan, kenyamanan serta resiko penggunaan internet banking, melalui interaksi dengan *customer service* atau melalui brosur, sehingga terjadi pemahaman pada nasabah akan fasilitas tersebut.

2. Penelitian selanjutnya

Penelitian ini memberikan informasi bahwa bahwa persepsi kepercayaan, kebermanfaatan, kemudahan, kenyamanan, serta resiko hanya memberikan sumbangan sebesar 29,7% terhadap minat penggunaan sistem internet banking, sedangkan 70,3% dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan internet banking, seperti kualitas informasi dan kecemasan berkomputer.

Kualitas informasi mempengaruhi penggunaan internet banking karena informasi yang berkualitas dapat membuat nasabah lebih tertarik untuk menggunakan internet banking sebagai sarana bertransaksi yang praktis. Kecemasan berkomputer didalam diri nasabah dapat membuat mereka akan menjauhi sistem-sistem yang dijalankan dengan otomatis,

sehingga data-data dan hasilnya tidak sesuai dengan yang mereka harapkan (Saputro dan Sukirno, 2013).

C. Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti tidak dapat mengambil data dari nasabah yang berada di kantor bank secara langsung dan tidak mendapatkan responden yang benar-benar menggunakan dan memahami konsep internet banking sepenuhnya.
2. Penelitian ini tidak mengkategorikan responden dengan lebih spesifik, yaitu nasabah aktif pengguna internet banking yang kegiatannya membutuhkan ketersediaan layanan perbankan, sehingga hasil penelitian kurang fokus dan spesifik.

D. Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya mengambil data dari nasabah yang berada di kantor bank secara langsung dan mendapatkan responden yang benar-benar menggunakan dan memahami konsep internet banking sepenuhnya untuk hasil yang lebih akurat.
2. Penelitian yang selanjutnya juga disarankan untuk mengkategorikan responden dengan lebih spesifik, yaitu nasabah aktif pengguna internet banking yang kegiatannya terkait dengan bisnis maupun kegiatan-kegiatan lain yang memang membutuhkan ketersediaan layanan perbankan yang tidak terbatas pada jam operasional kerja bank sehingga hasil penelitian dapat lebih fokus dan spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusy Syarif. 2010. *Riset Teknologi Informasi*. Pusat Pengembangan Bahan Ajar-UMB.
- Ainur, Rofiq. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). *Thesis*. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
- Alla, Erni Damayanti. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Tabungan Masa Depan (Tampan) Pada PT. Bank Sulselbar, Tbk Unit Kantor Utama Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar
- Al-Smadi, M. dan S.A. Al-Wabel. 2012. The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks. *Journal of Internet Banking and Commerce*. vol. 29, pp.130 141.
- Al-Somali, S.A, Gholami, R., and Clegg, B. 2009. An investigation into th acceptance of online banking in Saudi Arabia. *Technovation*, vol. 29, pp. 130 141.
- Alter, Steven., 1992. *Information systems: A Management Perspective*. Benjamin/Cummings, California.
- Amijaya, G.R. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dala Menggunakan Internet Banking. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Bank Indonesia. 2004. Surat Edaran No.6/ 18 /DPNP Perihal: Penerapan Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking).
- Cahyo, Wanandi Yoso Hanur. 2014. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp19-339.
- Fahmi N. Nasution. 2004. Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect). Diambil dari:

<http://digilib.usu.ac.id/download/fe/akuntansi-fahmi2.pdf>, pada tanggal 15 Oktober 2015.

- Fishbein, M. and Ajzen, I. 1975. *Belief, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison Wesley, Reading, MA.
- Fullah, L dan Sevenpri, C. 2012. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). *Thesis*. Fakultas School of bussines Management Universitas Bina Nusantara.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 19*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harlan, Dwimastia. 2014. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Istiarni, Panggih Rozki Dwi. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Vaiabel Intervening. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Jogiyanto. 2005. *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir, A. 2014. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kusmayadi, Tatang. 2007. Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan. *Skripsi*. STIE STAN Indonesia Mandiri.
- Lee, M. 2009. Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Application* 8, pp. 130-141.
- Lucas, H. Jr. 2000. *Information Technology for Management*. 7th Edition: Irwin/McGraw-Hill.
- Maharsi, Sri dan Yuliani Mulyadi. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 9 No. 1: Hal 18-28.
- Martin, E. 1999. *Managing Information Technology What Managers Need to Know* (3rd ed.). New Jersey: Pearson Education International.

- Morgan, Robert M. dan Shelby D. Hunt. (1994). The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol.58 No.3: pp 20-38.
- Oxford, Allen & Hamilton. 1995. *Booz- Allen's Worldwide Survey Revealed a Huge Perception Gap Between Japanese and American/European Banks Regarding Internet Banking*.
- Pavlou, Fred. 2002. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, September.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto H., & Pahnala, S. 2004. Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*. Vol. 14 No. 3: pp 224-235.
- Poon, W. C. 2008. Users' adoption of e-banking services. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol.23, No.1, hal.59–69. the Malaysian perspective.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisa Data dan Uji Statistik*. Yogyakarta: PT Buku Kita.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo. Jakarta
- Saputro, Brian Dwi dan Sukirno. 2013. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Vol. 2, No. 1, 2013.
- Sawyer, Lawrence B. Et, al. 2003. *Sawyer's Internal Auditing, The Practice of Modern Internal Auditing*, 5th Edition, Florida, The Institute of Internal Auditors.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley and Sons Inc, New York
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Silvia, Maya Angela. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Sugeng dan Indriantoro N. 1998. Peran Faktor Kecocokan Tugas-Teknologi dalam Memperoleh Pengaruh Positif Teknologi Informasi Terhadap

- Kinerja Individual. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 13, No. 3, hlm. 37-56.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Adi Mahasatya.
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Zaki Baridwan. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol.1, No. 2, 2013.
- Usman, Husnaini dan Akbar, Purnomo Settiady. 2006. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*, Cet 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yousafzai, S.Y. 2003. A proposed model of e-trust for Electronic Banking, *Journal Technovation*, 23(11): 21.

LAMPIRAN A

KUISIONER

Yogyakarta, 29 September 2015

Perihal : Permohonan Untuk Mengisi Kuisisioner

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Sdr/i

Di tempat

Sehubungan dengan penyelesaian Skripsi yang sedang saya lakukan pada Program Studi Akuntansi, maka saya melakukan penelitian dengan judul: “Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Bank BUMN di Yogyakarta)”.

Salah satu cara untuk mendapatkan data pada penelitian saya adalah dengan mengetahui pendapat nasabah melalui penyebaran kuisisioner kepada para responden. Untuk itu, besar harapan saya kepada Bapak/Ibu/Sdr/i untuk dapat mengisi kuisisioner ini dengan baik dan jujur semua keterangan dan jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i berikan bersifat rahasia dan tidak akan diketahui oleh siapapun kecuali peneliti sendiri.

Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Rini Dwi Nuryanti

KUISIONER PENELITIAN

Identitas Responden

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda silang (X) pada kotak yang tersedia.

1. Nasabah:

a. Bank BNI	c. Bank BTN
b. Bank BRI	d. Bank Mandiri

2. Usia :

a. <25 tahun	d. 36-40 tahun
b. 26-30 tahun	e. >40 tahun
c. 31-35 tahun	

3. Jenis kelamin Anda :

a. Laki-Laki	
b. Perempuan	

4. Pendapatan anda per bulan :

a. Rp. <Rp. 2.000.000	d. Rp. 4.100.000 – Rp 5.000.000
b. Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000	e. > Rp. 5.100.000
c. Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000	

5. Pekerjaan Anda saat ini :

a. Pegawai Swasta	d. Mahasiswa
b. Pegawai Negeri	e. Ibu Rumah Tangga
c. Pegawai BUMN	f. Wiraswasta

6. Pendidikan terakhir Anda saat ini :

a. SMP	d. Sarjana
b. SMA	e. ≥ Pascasarjana
c. Diploma	

Petunjuk pengisian kuisisioner:

Responden cukup memberi tanda (✓) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudra/i. Hanya ada satu jawaban pada setiap nomor. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Alternatif pilihan:

STS : Sangat Tidak Setuju	S : Setuju
TS : Tidak Setuju	SS : Sangat Setuju
N : Netral	

PERSEPSI KEPERCAYAAN						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Internet banking memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan					
2	Fitur-fitur dalam internet banking dapat dipercaya untuk bertransaksi					
3	Transaksi menggunakan internet banking jujur dan dapat dipercaya					
PERSEPSI KEBERMANFAATAN						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Transaksi internet banking memudahkan nasabah					
2	Internet banking efisien bagi nasabah					
3	Internet banking mendukung aktivitas nasabah					
4	internet banking memberikan pengalaman transaksi yang menyenangkan					
5	Internet banking meningkatkan pengetahuan nasabah					
PERSEPSI KEMUDAHAN						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Sistem internet banking sangat mudah dipelajari					
2	Internet banking dapat melakukan segala macam transaksi yang dibutuhkan nasabah					
3	Menggunakan internet banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja					
4	Internet banking memudahkan transaksi yang diinginkan nasabah					
PERSEPSI KENYAMANAN						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Nasabah dapat mengakses internet banking kapanpun dan dimanapun					
2	Nasabah tidak perlu mengantri menggunakan internet banking					
3	Menggunakan internet banking menghemat waktu nasabah					

PERSEPSI RESIKO						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan internet banking tidak memiliki resiko yang tinggi					
2	Transaksi melalui internet banking memiliki keamanan yang tinggi					
3	Internet banking dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi					
4	bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui internet banking					
MINAT NASABAH						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan internet banking di masa yang akan datang					
2	Internet banking sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan perbankan saya					
3	Internet banking dapat memenuhi tuntutan profesi saya					

LAMPIRAN B HASIL TABULASI

No Resp	Kepercayaan				Kebermanfaatan						Kemudahan					Kenyamanan				Resiko					Minat			
	1	2	3	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	Total
1	3	3	3	9	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	18	4	5	5	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9
2	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	18	4	5	5	14	3	4	4	4	15	5	5	5	15
3	3	4	3	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	3	3	10	3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	14	4	4	4	12	4	3	3	3	13	4	4	4	12
5	4	3	4	11	5	4	4	4	4	21	2	4	4	3	13	4	4	4	12	2	2	3	3	10	4	4	4	12
6	4	4	4	12	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	16	4	5	5	14	2	4	4	4	14	5	4	4	13
7	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	12
8	4	3	3	10	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	15	4	4	4	12
9	4	3	3	10	4	4	4	3	4	19	3	3	3	4	13	4	3	3	10	3	4	4	4	15	4	4	4	12
10	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19	3	2	2	4	11	2	4	4	10	3	3	4	3	13	4	4	3	11
11	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	4	11	3	3	3	3	12	3	3	4	10
12	4	4	3	11	5	4	4	4	3	20	4	4	4	5	17	4	5	5	14	1	2	3	2	8	4	4	4	12
13	4	4	3	11	4	3	4	2	3	16	4	1	2	3	10	2	4	4	10	2	3	2	2	9	4	3	3	10
14	3	4	3	10	5	4	4	4	5	22	2	3	5	5	15	5	5	4	14	3	4	4	3	14	4	5	4	13
15	4	4	4	12	5	5	5	4	4	23	4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	3	4	4	14	4	4	4	12
16	4	4	3	11	4	3	3	3	4	17	2	2	4	3	11	2	5	4	11	3	3	3	3	12	2	3	3	8
17	4	4	3	11	5	5	5	4	4	23	4	5	4	5	18	4	5	5	14	4	5	3	4	16	4	4	5	13
18	4	4	4	12	4	4	5	4	4	21	3	4	2	4	13	2	4	4	10	2	3	3	3	11	4	4	4	12
19	4	4	5	13	4	2	4	5	4	19	4	3	4	4	15	3	3	5	11	3	4	4	5	16	4	5	5	14
20	4	4	5	13	4	5	4	4	5	22	3	4	4	5	16	5	4	4	13	3	4	5	4	16	4	3	5	12

21	3	3	3	9	4	5	4	3	4	20	3	3	4	4	14	5	5	4	14	1	2	3	3	9	3	4	4	11
22	4	4	4	12	5	4	4	4	3	20	5	4	5	5	19	5	4	5	14	4	4	5	5	18	5	5	4	14
23	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	3	3	3	11	4	4	4	12
24	4	4	4	12	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12
25	4	4	3	11	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	15	4	4	5	13	3	3	4	3	13	3	4	4	11
26	4	3	3	10	4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	14	4	4	4	12	2	2	3	2	9	4	3	3	10
27	4	4	4	12	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	5	4	17	4	4	4	12
28	3	4	3	10	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	3	4	3	14	3	3	3	9
29	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	3	3	4	14	3	3	3	9
30	4	4	3	11	5	5	4	4	3	21	3	3	4	5	15	5	5	5	15	3	3	3	2	11	4	4	3	11
31	3	2	2	7	3	3	3	3	3	15	2	2	3	3	10	3	3	4	10	4	4	4	4	16	4	4	4	12
32	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	2	2	3	7	2	2	3	3	10	3	3	3	9
33	4	4	4	12	5	3	3	4	4	19	4	3	3	4	14	5	4	4	13	1	2	4	3	10	4	4	4	12
34	2	2	3	7	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9
35	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19	4	4	4	12	3	3	3	4	13	4	4	4	12
36	5	5	5	15	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	5	5	5	15	3	3	3	3	12	4	4	4	12
37	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12	4	4	4	12	2	2	2	2	8	3	4	4	11
38	4	2	3	9	4	4	5	4	4	21	2	4	4	4	14	4	4	4	12	2	2	2	2	8	3	1	1	5
39	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	12	3	4	4	11
40	4	4	4	12	5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	18	4	5	4	13	4	4	5	4	17	4	4	4	12
41	4	4	4	12	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	12
42	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	4	4	5	13	2	3	3	3	11	3	3	3	9
43	4	4	3	11	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	15	4	3	4	11	3	3	3	3	12	3	2	2	7
44	5	4	4	13	3	3	4	3	3	16	4	4	5	5	18	4	4	4	12	3	2	3	3	11	4	4	4	12
45	4	4	4	12	5	5	5	4	3	22	4	4	5	5	18	5	5	4	14	1	1	3	3	8	3	3	5	11

46	3	4	1	8	2	3	1	4	2	12	4	2	1	3	10	3	2	4	9	2	1	4	2	9	3	2	4	9
47	3	3	3	9	3	3	4	3	3	16	3	4	3	3	13	3	4	4	11	3	3	4	4	14	3	3	3	9
48	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14	4	4	4	12	3	3	3	3	12	4	4	4	12
49	4	4	4	12	5	5	5	3	4	22	3	4	4	4	15	4	4	4	12	3	3	4	3	13	3	3	3	9
50	5	4	5	14	5	5	4	4	5	23	3	4	4	4	15	4	4	5	13	4	4	5	4	17	4	4	5	13
51	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	14	3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	3	3	10
52	5	4	3	12	5	4	4	4	5	22	3	4	5	4	16	5	4	4	13	5	4	4	5	18	5	4	4	13
53	5	4	4	13	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	16	3	4	5	12	3	3	4	4	14	5	4	4	13
54	4	4	3	11	5	5	5	4	3	22	4	4	5	3	16	4	4	3	11	3	3	3	3	12	5	5	4	14
55	3	3	3	9	3	3	4	3	4	17	3	3	3	3	12	3	4	3	10	3	3	3	3	12	3	3	4	10
56	4	4	4	12	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	4	4	14	4	4	4	12
57	4	3	4	11	5	4	4	3	5	21	3	4	3	4	14	2	4	4	10	2	4	3	3	12	3	5	5	13
58	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12
59	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12
60	3	4	4	11	3	3	3	4	4	17	3	4	3	4	14	3	4	4	11	3	4	4	4	15	3	3	3	9

LAMPIRAN C

HASIL UJI VALIDITAS

1. VARIABEL PERSEPSI KEPERCAYAAN

Correlations

		X11	X12	X13	Kepercayaan
X11	Pearson Correlation	1	.589**	.615**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60
X12	Pearson Correlation	.589**	1	.565**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
X13	Pearson Correlation	.615**	.565**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60
Kepercayaan	Pearson Correlation	.844**	.835**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	3

2. VARIABEL PERSEPSI KEBERMANFAATAN

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	Kebermanfaatan
X21	Pearson Correlation	1	.665**	.607**	.381**	.468**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X22	Pearson Correlation	.665**	1	.641**	.421**	.416**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X23	Pearson Correlation	.607**	.641**	1	.360**	.399**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.005	.002	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X24	Pearson Correlation	.381**	.421**	.360**	1	.412**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.005		.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X25	Pearson Correlation	.468**	.416**	.399**	.412**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.001		.000
	N	60	60	60	60	60	60
Kebermanfaatan	Pearson Correlation	.823**	.830**	.792**	.657**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	5

3. VARIABEL PERSEPSI KEMUDAHAN

Correlations

		X31	X32	X33	X34	Kemudahan
X31	Pearson Correlation	1	.431**	.300*	.393**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.001	.020	.002	.000
	N	60	60	60	60	60
X32	Pearson Correlation	.431**	1	.591**	.478**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X33	Pearson Correlation	.300*	.591**	1	.568**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X34	Pearson Correlation	.393**	.478**	.568**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Kemudahan	Pearson Correlation	.684**	.826**	.812**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	4

4. VARIABEL PERSEPSI KENYAMANAN

Correlations

		X41	X42	X43	Kenyamanan
X41	Pearson Correlation	1	.400**	.271*	.792**
	Sig. (2-tailed)		.002	.036	.000
	N	60	60	60	60
X42	Pearson Correlation	.400**	1	.458**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	60	60	60	60
X43	Pearson Correlation	.271*	.458**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.036	.000		.000
	N	60	60	60	60
Kenyamanan	Pearson Correlation	.792**	.800**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.626	3

5. VARIABEL PERSEPSI RESIKO

Correlations

		X51	X52	X53	X54	Resiko
X51	Pearson Correlation	1	.691**	.485**	.620**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X52	Pearson Correlation	.691**	1	.524**	.705**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X53	Pearson Correlation	.485**	.524**	1	.688**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X54	Pearson Correlation	.620**	.705**	.688**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Resiko	Pearson Correlation	.842**	.871**	.781**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	4

6. VARIABEL MINAT PENGGUNAAN

Correlations

		Y1	Y2	Y3	MINAT
Y1	Pearson Correlation	1	.615**	.411**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.615**	1	.696**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.411**	.696**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	60	60	60	60
MINAT	Pearson Correlation	.781**	.917**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.804	3

LAMPIRAN D

HASIL UJI HIPOTESIS

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Resiko, Kenyamanan, Kepercayaan, Kebermanfaatan , Kemudahan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: MINAT

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 ^a	.356	.297	1.553

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kenyamanan, Kepercayaan, Kebermanfaatan, Kemudahan

ANOVA^b


Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.091	5	14.418	5.978	.000 ^a
	Residual	130.243	54	2.412		
	Total	202.333	59			

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kenyamanan, Kepercayaan, Kebermanfaatan, Kemudahan

b. Dependent Variable: MINAT

LAMPIRAN E

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
 Jl. PGRI I Sonosewu No 117 Kotak Pos 1123 Yogyakarta-55182
 Tlp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax (0274) 376808

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI


Nama : RINI DWI NURYANTI

N P M : 12133100043

Program Studi : AKUNTANSI

Dosen Pembimbing : Dekeng Setyo Budi, SE. Msi. AKCA.

Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN, KENZAMANAN, SERTA RESIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SISTEM INTERNET BANKING



NO	HARI/TGL	MATERI	TTD Pembimbing
1.	Senin, 28/9/2015	Pengajuan Judul	✓
2.	Selasa, 29/9/2015	Konsultasi Objek Penelitian dan Kuisioner	✓
3.	Selasa, 20/10/2015	Konsultasi Pengolahan Data	✓
4.	Rabu, 21/10/2015	Revisi Pengolahan Data	✓
5.	Kamis, 22/10/2015	Pengajuan Bab I dan II	✓
6.	Selasa, 27/10/2015	Revisi Bab I dan II	✓
7.	Selasa, 3/11/2015	Pengajuan Bab III	✓
8.	Kamis, 5/11/2015	Revisi Bab III	✓
9.	Senin, 9/11/2015	Konsultasi Penulisan	✓
10.	Senin, 16/11/2015	Pengajuan Bab IV dan V	✓
11.	Kamis, 19/11/2015	Revisi Bab IV dan V	✓
12.	Senin, 23/11/2015	Konsultasi Daftar Pustaka	✓
13.	Kamis, 26/11/2015	Konsultasi Lampiran	✓
14.	Senin, 30/11/2015	Acc Skripsi	✓

Yogyakarta, 30 November 2015

Dosen Pembimbing

